



CÂMARA DOS DEPUTADOS
DEPUTADO FEDERAL GILSON MARQUES

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO Nº , DE 2026

(Do Sr. Gilson Marques)

Requer informações ao Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social sobre envio de mensagem pelo canal “GovBR” em aplicativo de mensagens, com questionamentos sobre possível desvio de finalidade em comunicação institucional, uso de dados pessoais (LGPD), critérios de segmentação, custos e planejamento de disparos futuros até 2026.

Senhor Presidente,

Requeiro a Vossa Excelência, com fundamento no art. 50, § 2º, da Constituição Federal, combinado com o art. 115, I, 116 e 226, V, do Regimento Interno, que sejam solicitadas respostas às seguintes perguntas ao Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social as informações a seguir, sobre mensagem encaminhada por aplicativo de mensagens instantâneas (ex.: WhatsApp), a partir de conta identificada como “GovBR”, endereçada nominalmente à destinatária, contendo comunicado sobre Imposto de Renda e menção a “compensar e garantir recursos para saúde, segurança e educação”, com texto que pode ser interpretado como comunicação institucional com possível conotação promocional, **destacando que o não atendimento do requerimento de informação no prazo de 30 dias, bem como a prestação de informações falsas importa em crime de responsabilidade conforme o art. 50, § 2º, da Constituição Federal:**

I. Identificação e caráter institucional da comunicação

1. A mensagem é oficial e efetivamente enviada por órgão ou entidade da Administração Pública Federal direta ou indireta?
2. Qual órgão foi o responsável pelo conteúdo, aprovação, disparo e governança do canal “GovBR” no aplicativo?





CÂMARA DOS DEPUTADOS
DEPUTADO FEDERAL GILSON MARQUES

Apresentação: 03/03/2026 14:33:19.640 - Mesa

RIC n.389/2026

3. A conta “GovBR” integra uma estratégia formal de comunicação institucional do Governo Federal? Desde quando?
4. Qual a finalidade pública específica do envio da mensagem, e qual o fundamento administrativo que justificou a ação?
5. A Secretaria de Comunicação Social participou de alguma etapa (planejamento, validação, contratação, execução, auditoria, monitoramento)? Se sim, descreva.
6. Houve participação de outras pastas como Casa Civil, Ministério da Fazenda, Receita Federal ou outros órgãos? Qual foi o papel de cada um?
7. O conteúdo foi submetido a parecer jurídico prévio? Se sim, encaminhar cópia ou indicar número do processo e ementa conclusiva.

II. Base de dados e cruzamento de telefones com nomes

8. Qual a base de dados utilizada para identificar o número do telefone do destinatário e associá-lo ao respectivo nome (ex.: “Olá, MARIA”)?
9. Quais foram as fontes originais dos números de telefone (Gov.br, CadÚnico, bases da Receita, eSocial, CTPS Digital, INSS, SUS, outros)?
10. O dado “nome” e o dado “telefone” estavam no mesmo cadastro de origem, ou houve cruzamento entre bases distintas?
11. Em caso de cruzamento, quais foram os critérios e chaves de vinculação (CPF, cadastro Gov.br, e-mail, device, outro identificador)?
12. Quem realizou tecnicamente o cruzamento, órgão público ou empresa contratada?
13. Existe relatório de impacto à proteção de dados (DPIA/RIPD) ou documento equivalente para essa campanha? Se sim, encaminhar.
14. Qual a base legal da LGPD utilizada para o tratamento de dados pessoais nessa comunicação (art. 7º e/ou art. 23 e seguintes)?
15. A mensagem foi enviada apenas a cidadãos com cadastro Gov.br com telefone validado, ou também a cidadãos sem relação direta com o portal Gov.br?



* C D 2 6 0 3 0 6 9 2 0 9 0 0 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS
DEPUTADO FEDERAL GILSON MARQUES

16. Houve obtenção de telefones por fontes públicas, listas de terceiros, data brokers ou bases privadas? Se sim, detalhar e informar vedação, controles e auditoria.

III. Consentimento, opt-in e direitos do titular (LGPD)

17. O destinatário forneceu consentimento específico para receber mensagens por aplicativo? Em que momento e por qual interface?
18. Caso não tenha havido consentimento, qual a justificativa para o envio com base em execução de política pública ou outra hipótese legal?
19. Existia mecanismo claro de opt-out antes do disparo? Qual?
20. O “Sim/Não” exibido na mensagem configura opt-out, opt-in, ou mera pesquisa? Explique o tratamento associado a cada resposta.
21. Há canal para exercício de direitos do titular (acesso, correção, oposição, eliminação quando cabível) relacionado a esse canal de mensagens?
22. Qual é o Encarregado (DPO) responsável por esse tratamento de dados e qual o procedimento para atendimento de solicitações?
23. Qual o prazo de retenção de logs, números, listas de envio, respostas e métricas dessa comunicação?

IV. Escopo do disparo e eventuais disparos em massa

24. Qual foi o universo total de destinatários impactados por esse comunicado (quantidade de mensagens enviadas)?
25. Qual a segmentação utilizada (faixa etária, renda estimada, região, vínculo com Gov.br, benefício social, outro)?
26. Houve disparo direcionado por critérios políticos, geográficos ou de interesse eleitoral? Se não, quais controles impedem isso?
27. Quantas campanhas semelhantes foram realizadas nos últimos 24 meses por esse canal?
28. Em que datas ocorreram e quais temas foram comunicados?
29. Houve monitoramento de taxa de entrega, leitura, resposta e outros indicadores? Encaminhar relatório.





CÂMARA DOS DEPUTADOS
DEPUTADO FEDERAL GILSON MARQUES

Apresentação: 03/03/2026 14:33:19.640 - Mesa

RIC n.389/2026

30. Houve uso de provedores de “disparo em massa”, “API de mensageria” ou ferramentas de automação? Quais?

V. Critérios e legalidade em ano eleitoral, impessoalidade e vedação de promoção pessoal

31. Qual o critério para adoção de comunicado com tom potencialmente propagandístico em período pré-eleitoral e ano eleitoral?

32. Houve análise de conformidade com os princípios da impessoalidade e da publicidade (art. 37, caput, CF)?

33. Houve análise específica sobre vedação de publicidade institucional com caráter de promoção pessoal ou política?

34. Quais parâmetros foram usados para diferenciar “comunicação de utilidade pública” de “mensagem de autopromoção governamental”?

35. Por que o texto menciona justificativas políticas do tipo “para compensar e garantir recursos... quem ganha mais vai contribuir”, em vez de limitar-se a informação técnica e neutra?

36. Quais agentes públicos aprovaram a redação final? Nome, cargo e unidade.

37. Existe guia ou manual interno para redação de mensagens governamentais em aplicativos? Encaminhar.

VI. Programação até o pleito de 2026

38. Existem outros comunicados nesse formato, com disparo massivo, programados até o pleito de 2026?

39. Se sim, encaminhar cronograma, temas previstos, órgãos demandantes e estimativa de alcance.

40. Há alguma diretriz interna para suspender esse tipo de comunicação em períodos críticos do calendário eleitoral? Qual?

41. A política de comunicação por aplicativo será revisada em 2026? Quem conduz e em que prazo?

VII. Contratações, custos e fornecedores



* C D 2 6 0 3 0 6 9 2 0 9 0 0 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS
DEPUTADO FEDERAL GILSON MARQUES

Apresentação: 03/03/2026 14:33:19.640 - Mesa

RIC n.389/2026

42. Houve contratação de empresa para gestão do canal, disparo, segmentação, redação, analytics, ou integração com bases? Quais contratos?
43. Informar número do processo, modalidade de contratação, CNPJ, objeto, vigência e valores.
44. Qual foi o custo total da campanha: desenvolvimento, operação, disparos, suporte e monitoramento?
45. Há custos por mensagem enviada, por sessão, por API, por número ou por pacote? Detalhar.
46. Qual o instrumento de governança e auditoria sobre fornecedores, inclusive quanto a subcontratação?

VIII. Segurança da informação, rastreabilidade e prevenção de fraudes

47. Quais medidas garantem que a conta “GovBR” não possa ser clonada, falsificada ou usada para golpes?
48. Há certificação, selo, verificação oficial junto à plataforma? Como é feita a autenticação do canal?
49. Quais logs são mantidos para auditoria e prevenção de abusos?
50. Existem mecanismos para detectar vazamentos, acessos indevidos e uso irregular de listas de contatos?

IX. Conformidade com Marco Civil, regulamentações e políticas de anti-spam

51. Qual é a avaliação jurídica da Secretaria sobre o risco de caracterização como spam ou “disparo em massa” irregular?
52. Há alinhamento com políticas da plataforma (WhatsApp/Meta) para mensagens governamentais e automação? Qual documentação comprova isso?
53. Há integração com “lista de transmissão”, “mensagens template”, “API oficial” ou equivalente? Qual?
54. Em caso de uso de API, quem é o provedor oficial e qual a política de verificação de opt-in?



* C D 2 6 0 3 0 6 9 2 0 9 0 0 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS
DEPUTADO FEDERAL GILSON MARQUES

Apresentação: 03/03/2026 14:33:19.640 - Mesa

RIC n.389/2026

X. Conteúdo, transparência e prestação de contas

55. Onde está publicado o texto integral da mensagem, sua justificativa, e o processo administrativo que a autorizou?
56. Existe página oficial de transparência sobre campanhas de mensageria direta do Governo Federal? Informar.
57. A mensagem foi precedida de alguma nota técnica, estudo ou análise de impacto? Encaminhar.
58. Como o cidadão pode verificar, por meios oficiais, que aquela mensagem é autêntica e não é golpe?

Justificação

Chegou ao conhecimento deste Parlamentar mensagem encaminhada por aplicativo de mensagens instantâneas, a partir de conta identificada como “GovBR”, direcionada nominalmente ao destinatário, com conteúdo referente a suposta alteração tributária (Imposto de Renda para quem recebe até R\$ 5 mil mensais) e com trechos de clara natureza persuasiva, ao afirmar que “para compensar e garantir que não faltará recursos para saúde, segurança e educação, quem ganha mais de R\$ 600 mil por ano e pagava menos imposto vai contribuir”.

A comunicação institucional da Administração Pública deve observar, de forma estrita, os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência (art. 37, caput, da Constituição), sendo vedado utilizar meios e recursos públicos para promoção de narrativa político-governamental, sobretudo por canais de alto alcance e caráter intrusivo, como disparos diretos a telefones pessoais.

A publicidade de atos, programas e campanhas deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, sem conotação de autopromoção, propaganda ou indução de juízo valorativo sobre políticas públicas. Além disso, o envio de mensagem nominalizada pressupõe algum nível de tratamento de dados pessoais, com possível cruzamento entre bases para vinculação entre “nome” e “número de telefone”.





CÂMARA DOS DEPUTADOS
DEPUTADO FEDERAL GILSON MARQUES

Apresentação: 03/03/2026 14:33:19.640 - Mesa

RIC n.389/2026

Tal situação exige transparência e estrita conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018), incluindo indicação da base legal aplicável, delimitação de finalidade, minimização, segurança da informação, governança, retenção de dados, prestação de contas e respeito a direitos do titular, inclusive quanto a mecanismos de oposição ou descadastramento.

Diante do conteúdo e do formato, impõe-se esclarecer: (i) a origem e legitimidade da base de dados utilizada para direcionamento individualizado; (ii) o fundamento jurídico e administrativo que autorizou o disparo; (iii) os custos e eventuais contratações de serviços de mensageria/automação; (iv) os critérios de redação para assegurar neutralidade e caráter institucional; e (v) se há programação de novos disparos até o pleito de 2026, com riscos evidentes de desvio de finalidade e afronta à impessoalidade, especialmente em contexto eleitoral.

O presente Requerimento de Informação visa, portanto, garantir transparência, controle externo e responsabilização, assegurando que eventuais comunicações governamentais por mensageria direta respeitem os parâmetros constitucionais, a legislação de proteção de dados e a integridade do processo democrático, sem confundir orientação ao cidadão com propaganda travestida de utilidade pública.

Sala das Sessões, em 12 de fevereiro de 2026.

Deputado Federal GILSON MARQUES

(NOVO/SC)



* C D 2 6 0 3 0 6 9 2 0 9 0 0 *